Etnografia virtual, netnografia ou apenas etnografia? Implicações dos conceitos

Virtual ethnography, netnography or just ethnography? Implications of the concepts

Etnografía virtual, netnografía o simplemente la etnografía? Implicaciones de los conceptos

Beatriz Polivanov
Pós-doutoranda, doutora e mestre em
Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação
da Universidade Federal Fluminense
E-mail: beatriz.polivanov@gmail.com

Resumo

Técnicas etnográficas têm sido apropriadas em pesquisas feitas através da/na internet. O artigo problematiza conceitos como etnografia virtual e netnografia que têm sido empregados para diferenciar métodos de pesquisa off e online. Ainda que haja especificidades da comunicação mediada por computador quanto à interação e linguagens em pesquisas na internet e "fora" dela, elas se dão em ambientes que não devem mais ser tratados como não-lugares ou em termos de real versus virtual como sugerem alguns conceitos

Palavras-chave: etnografia; netnografia; comunicação mediada por computador; pesquisa qualitativa; métodos.

Abstract

Ethnographic tecniques have been appropriated in research done by means of/in the internet. The article problematizes concepts such as virtual ethnography and netnography that have been used to differenciate offline and online research methods. Although there are specificities of the computer-mediated communication regarding interaction and languages in research in and "outside" the internet, they take place in environments which shall no longer be treated as non-places or in terms of real versus virtual as some concepts suggest.

Key words: ethnography; netnography; computer-mediated communication; qualitative research; methods.

Resumen

Técnicas etnográficas han sido apropriadas en investigaciones hechas a través de / en la internet. El artículo problematiza conceptos como etnografia virtual y netnografía que han sido utilizados para diferenciar métodos de investigación off y online. Aún que haja especificidades de la comunicación mediada por ordenador cuanto a interacción y linguajes en investigaciones dentro y "fuera" de la internet, ellas ocurren en ambientes que no debem más ser tratados como não-lugares o en termos de real versus virtual como sugeren algunos conceptos.

Palabras-clave: etnografia; netnografía; comunicación mediada por ordenador; investigación cualitativa; métodos.

❖ Artigo submetido em 25/11/2013 e aprovado para publicação em 07/03/2013

1. Recuperando Questões Relativas à Etnografia e Pesquisa na Internet

A etnografia é um termo complexo, que pode adquirir acepções diversas dependendo de como é apropriado por determinada área de estudo (como a Antropologia – que a tem como seu método por excelência[1] –, Comunicação, Educação, História, Geografia, Linguística, entre outras) e por determinado pesquisador. Por já ter sido amplamente tratada em outros trabalhos faremos uma breve discussão sobre seus pressupostos e características principais, interessando-nos mais, no entanto, os modos e debates sobre como aplicá-la a contextos de pesquisa virtuais.

Deve-se destacar que a etnografia pode ser entendida tanto como método quanto como "produto resultante de uma pesquisa (relatório, narrativa)" (FRAGOSO, RECUERO E AMARAL, 2011, p. 168). Como afirma Evans, com base em Geertz, a "etnografia pode ser definida tanto como um processo e método de pesquisa qualitativa (alguém conduz uma etnografia)" quanto "um produto (o resultado desse processo é uma etnografia) cujo objetivo é interpretação cultural" (EVANS, 2010, p. 11).

Segundo a Teoria Interpretativa da Cultura defendida por Geertz, a etnografia é menos um conjunto de técnicas e procedimentos e mais efetivamente uma "descrição densa" de determinada cultura:

> *praticar a etnografia é estabelecer relações, selecionar informantes, transcrever textos, levantar genealogias, mapear campos, manter um diário, e assim por diante. Mas não são essas coisas, as técnicas e os processos determinados, que definem o empreendimento. O que o define é o tipo de esforço intelectual que ele representa: um risco elaborado para uma "descrição densa", tomando emprestada uma noção de Gilbert Ryle. (GEERTZ, 1978, p. 15)*

Seu intuito principal é, então, a criação dessas descrições densas de práticas sociais de indivíduos ou redes de indivíduos (coletividades), com o propósito de entender diferentes aspectos de diversas culturas. Vale destacar que a função do etnógrafo vai muito além de simplesmente reportar os eventos e experiências observados; cabe ao etnógrafo explicar como essas experiências e dinâmicas sociais constituem teias de significado, "acreditando, como Max Weber, que o homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu" e que cultura são "essas teias e a sua análise", não podendo, portanto, ser entendida como "uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa, à procura do significado" (GEERTZ, 1978, p. 14).

Os primeiros trabalhos que se voltaram para o estudo de interações sociais na internet tinham um forte viés etnográfico. Autores como Evans apontam que "as primeiras etnografias reconhecíveis de mundos virtuais foram conduzidas por Michael Rosenberg em 1992", que realizou uma pesquisa etnográfica do WolfMOO[2] , e por John Masterton em 1994, "que conduziu uma etnografia do Ancient Anguish[3]" (EVANS, 2010, p. 11). Mitsuishi (2007), por sua vez, vai afirmar que o livro Life on the Screen: identity in the age of the Internet de Sherry Turkle (1995), "que consiste numa análise da relação subjetiva com e através dos computadores e da Internet, isto é, numa ampla investigação sobre a maneira com que as pessoas se apropriam destas tecnologias e dão sentido ao seu uso" (MITSUISHI, 2007, p. 3), é uma das mais influentes obras etnográficas focadas na internet. Nesta obra, Turkle argumenta que estaria se vivendo um momento histórico – na década de 1990 – no qual as fronteiras entre o real e o virtual, entre o animado e o inanimado e entre o self unitário e múltiplo estariam se erodindo, trazendo-nos "evidência de mudanças fundamentais no modo como criamos e experienciamos a identidade humana" (TURKLE, 1995, p. 10).

Apesar de concordarmos com os autores de que se trata de uma obra – bem como a anterior, The Second Self (1984) – fundamental para os estudos sobre construção identitária na internet e que influenciou sobremaneira

1Conforme explica Rebs, "para os antropólogos a etnografia é considerada mais do que uma metodologia de pesquisa ou uma técnica de coleta de dados, mas sim um eixo fundador de disciplina. O seu significado terminológico vem do grego, onde ethno significa povo, nação e graphein escrever, ou seja, o sentido pode ser de uma "descrição sociocultural" de um determinado grupo. Ela se centra na compreensão de sociedades a partir de uma descrição densa de valores, práticas e culturas" (REBS, 2011, p. 78).

2Tratava-se de um MUD (Multi User Dungeon), um programa de computador online que permite a participação de múltiplos usuários em jogos de RPG (role-playing games) virtuais. O trabalho de Rosenberg, intitulado Virtual Reality: Reflections of Life, Dreams, and Technology – An Ethnography of a Computer Society pode ser acessado em: http://nautilus.fis.uc.pt/softc/Read_c/RV/bibliog/45.htm. Último acesso em: 11.jul.2013.

3AA também é um MUD de tema fantasioso, lançado em 1992.

pesquisas subsequentes, consideramos que Life on the Screen, bem como The Virtual Community, de Howard Rheingold (1993), são trabalhos que, não obstante seu forte cunho etnográfico, não se dedicam a explorar e debater a etnografia como metodologia de pesquisa para a internet, sendo a autora Cristine Hine uma das primeiras autoras a fazê-lo.

Hine, uma das primeiras pesquisadoras que se dedicaram a analisar as interações sociais em comunidades virtuais problematizando a utilização do método etnográfico nesses ambientes, opta por utilizar o termo "etnografia virtual", publicando livro homônimo (Virtual Etnography) em 2000. Neste, Hine propõe o entendimento da internet sob dois vieses: enquanto cultura e enquanto artefato cultural, cada um tendo suas vantagens e desvantagens analíticas e podendo as duas perspectivas estarem conectadas ou não. A primeira perspectiva é aquela segundo a qual a internet "representa um lugar, um ciberespaço, onde a cultura é constituída e reconstituída" (HINE, 2000, p. 9). Nesse sentido, a internet é "normalmente compreendida enquanto um espaço distinto do off-line" e os estudos que seguem essa perspectiva costumam enfocar "o contexto cultural dos fenômenos que ocorrem nas comunidades e/ou mundos virtuais" (FRAGOSO, RECUERO E AMARAL, 2011, p. 41).

Já a segunda perspectiva – da internet entendida como artefato cultural, conceito que Hine apropria de Woolgar (1996) – a vê como "um produto da cultura: uma tecnologia que foi produzida por pessoas particulares com objetivos e prioridades situadas contextualmente" (HINE, 2000, p. 9). Tal ótica "favorece a percepção da rede como um elemento da cultura e não como uma entidade à parte, em uma perspectiva que se diferencia da anterior (...) pela integração dos âmbitos online e off-line" (FRAGOSO, RECUERO E AMARAL, 2011, p. 42). Assim, coloca-se a ênfase nos diversos usos e apropriações que os atores sociais fazem da internet, entendendo-a como um artefato com significados culturais diversos.

As autoras destacam ainda uma terceira perspectiva que teria surgido recentemente, proposta pelo coletivo de pesquisa espanhol Mediacciones da Universitat Oberta de Catalunya e que estaria, no entanto, filiada à segunda noção, de internet como um artefato cultural: a da internet como tecnologia midiática geradora de práticas sociais. Tal perspectiva

> *seria pontuada pela convergência de mídias e a construção dos objetos permitiria "seguir as práticas e os atores sociais" em suas performances, levando em conta não apenas a dimensão simbólica, mas também a dimensão material na qual o campo é definido durante a pesquisa. (FRAGOSO, RECUERO E AMARAL, 2011, p. 44)*

A ideia de se analisar e entender as práticas e atores sociais não apenas segundo sua dimensão simbólica, mas também sua dimensão material merece atenção, uma vez que poucas são ainda as pesquisas que englobam uma discussão sobre as materialidades da comunicação (GUMBRECHT, 1993). De todo modo, cabe destacar que

> *A afirmação da internet ser cultura e um artefato cultural é particularmente importante, uma vez que conecta a internet em si e as práticas dos usuários na internet com o método da própria etnografia. Assim como a etnografia é tanto um método como um produto, a internet é tanto um modo de conduzir interações sociais quanto um produto dessas interações. (EVANS, 2010, p. 12, grifo meu)*

Dessa forma, entendendo que a comunicação através da internet diz respeito tanto aos modos como são realizadas as interações entre os atores sociais quanto aos próprios resultados de tais interações cabe agora discutir como ela afeta os graus de participação do pesquisador.

2. Graus de Participação do Pesquisador

Uma outra questão que baseia parte das discussões a respeito de como realizar trabalhos etnográficos em ambientes digitais é sobre o papel do pesquisador, seus graus de inserção e implicações éticas, questões essas que sempre foram caras à etnografia. Haveria basicamente dois tipos extremos de pesquisador na rede em termos de seu grau de inserção: o silencioso (lurker) e o insider (FRAGOSO, RECUERO E AMARAL, 2011). Entre esses dois tipos de comportamentos, há, é claro, diferentes graus de participação do pesquisador: "netnografias podem variar

ao longo de um espectro que vai desde ser intensamente participativa até ser completamente não obstrusiva e observacional" (KOZINETS, 2007 apud AMARAL, 2009, p. 19).

O primeiro tipo seria aquele que apenas observa determinado grupo social, objetivando interferir o mínimo possível em suas práticas cotidianas (sabe-se que uma não interferência em grau absoluta não é possível, tendo em vista que sua presença, ainda que não anunciada, afetará o objeto de estudo). Trata-se de uma prática denominada lurking, que em inglês significa "ficar à espreita" (BRAGA, 2006). Tal prática seria característica do ciberespaço e através dela o ator não se manifesta, apenas dedicando-se à observação do comportamento dos outros. Em outras situações que não apenas a da pesquisa, tal comportamento pode se mostrar bastante útil como, por exemplo, quando um ator é novo em determinado ambiente e pretende apreender suas dinâmicas de funcionamento, valores e regras sociais antes de se manifestar.

No que concerne à etnografia, Braga entende que todo e qualquer tipo de observação é participante e que tal abordagem é central para o método etnográfico: "A condição que possibilita o ofício do/a etnógrafo/a é a imersão e a experiência da efetiva participação no ambiente pesquisado. Este ofício inclui participar, observar, descrever: categorias que formam a unidade do fazer etnográfico" (BRAGA, 2006, p. 5). A autora se questiona, portanto, se a prática do pesquisador lurker poderia ser considerada efetivamente como uma participação e quais seriam as implicações disso para a pesquisa em meios digitais:

> *Então, lurking é participação? Sim, é participação, mas de um tipo especial (...) por reconhecer que, em termos de presença/ ausência, a informação acerca da presença do/a observador/a no setting não está disponível às/aos demais participantes, embora a presença de lurkers possa ser inferida. (BRAGA, 2006, p. 5)*

O pesquisador observador (lurker) pode também optar por se identificar e informar aos participantes sobre a realização de sua pesquisa sem, no entanto, se manifestar dentro do grupo, como fez Sá (2005) e como fizeram outros autores como Duarte (2008), Orgardi (2009), Montardo (2009) e Natal (2009) (FRAGOSO, RECUERO E AMARAL, 2011, p. 193). Essas escolhas vão depender, obviamente, das questões, objetivos e dinâmicas de funcionamento de cada pesquisa. O ponto novamente em jogo é em que medida tal prática se diferencia de práticas etnográficas off-line.

Um outro "tipo" de pesquisador que seria o extremo oposto do lurker é o insider. Neste caso o pesquisador está inserido no ou tem ligações próximas com o objeto de estudo e, portanto, seu comportamento dificilmente poderia ser o de alguém que apenas observa o grupo. Amaral, ao estudar as cibersubculturas de "música electrônica alternativa", propôs, com base em Kozinets (2007), o conceito de "autonetnografia". Este não deve ser entendido segundo a autora como uma nova "proposta de método", mas antes como "uma ferramenta reflexiva que possibilita discutir os múltiplos papéis do pesquisador e de suas proximidades, subjetividades e sensibilidades na medida em que se constitui como fator de interferência nos resultados e no próprio objeto pesquisado" (AMARAL, 2009, p. 15). Tal conceito diz respeito, portanto, ao maior nível possível "de proximidade entre o pesquisador e os sujeitos observados", o que proporcionaria "imersão, internalização, consciência de alteridade e engajamento [do pesquisador] nas comunidades" (AMARAL, 2009, p. 19).

Não obstante, a autora destaca que a perspectiva da autonetnografia pode trazer também desvantagens em relação a outras ferramentas. Alguns dos problemas práticos apontados pela autora sobre o "pesquisador-insider" incluem o fato de que seus informantes podem tentar direcioná-lo, oferecendo relatos confusos ou não representativos das experiências, ou que as entrevistas podem demorar a chegar em pontos mais controversos e interessantes da pesquisa devido à quantidade de assunto sobre o qual se tem a abordar. De modo mais amplo, os desafios maiores da autonetnografia seriam: a tentativa de manter um olhar afastado e crítico do objeto; o perigo de não se fazer uma sistematização adequada dos dados coletados; a possível falta de rigor metodológico ao fazer o relato e descrição do objeto e o cuidado ao publicar determinados relatos e experiências que possam afetar o relacionamento do pesquisador com seus informantes (AMARAL, 2009;

REDA, 2007). Atentando-se para esses pontos principais, tal ferramenta de análise pode se mostrar bastante útil para determinadas pesquisas.

De modo similar, Morton (2001) propõe dois tipos possíveis de se conduzir uma etnografia na internet: o distante e o envolvido. No primeiro tipo (distanced research) há a observação das interações sociais em determinado ambiente online pelo pesquisador, mas essa observação não é participante. O etnógrafo vai coletar nesses casos dados como textos, imagens e emoticons, sem interferir no ambiente. Já no segundo tipo (envolvido, que Schwara, 1999, vai chamar de discursive or communicative research) o pesquisador participa efetivamente do ambiente, o que pode levar à revelação da subjetividade dos atores (SCHWARA 1999, apud EVANS, 2010), "permitindo em tese ao pesquisador ter um entendimento melhor sobre a performance de identidade do usuário, e o significado das interações que ocorrem, em comparação à pesquisa distante (Kendall 1999: 71)" (EVANS, 2010, p. 12).

Corroboramos a ideia defendida por Sá (2005) de que a mediação entre pesquisador e pesquisado sempre se fará presente de algum modo, mas que, como também é apontado pela autora, os ambientes digitais têm características próprias, têm gramáticas e linguagens próprias que não podem ser perdidas de vista. Desse modo, observar uma lista de discussão na internet ou uma comunidade virtual em um site de rede social trará dados materialmente distintos (como textos escritos, emoticons, imagens e links publicados pelos usuários, por exemplo) daqueles coletados em encontros presenciais. Para alguns, tal diferença justifica o emprego de termos como "etnografia virtual" e/ou "netnografia", ressaltando a diferença da "pura" etnografia. Cabe-nos agora, então, discutir quais são as implicações desses e outros termos.

3. Etnografia Virtual, Netnografia e Outros Termos: Implicações de seus Usos

Conforme afirmam Fragoso, Recuero e Amaral (2011), uma série de termos – como netnografia, etnografia virtual, webnografia e ciberantropologia – foram criados, a partir principalmente dos anos 1990, para tentar dar conta da "adaptação" do método etnográfico para os meios digitais, sendo ora tomados na bibliografia como sinônimos, ora como termos específicos defendidos por alguns pesquisadores por razões que iremos abordar abaixo. As autoras resumem de modo bastante elucidativo as principais terminologias referentes à etnografia nos meios digitais:

> *– Netnografia: Neologismo criado no final dos anos 90 (net + etnografia) para demarcar as adaptações do método etnográfico em relação tanto à coleta e análise de dados, quanto à ética de pesquisa. Relacionado aos estudos de comunicação com abordagens referentes ao consumo, marketing e aos estudos das comunidades de fãs. (...)*
> *– Etnografia digital: Explorar e expandir as possibilidades da etnografia virtual através do constante uso das redes digitais, postando o material coletado. Outro objetivo é a criação de narrativas audiovisuais colaborativas em uma linguagem que sirva como material de estudo mas atinja também um público extra-acadêmico.*
> *– Webnografia: Alguns autores o utilizam enquanto um termo relacionado à pesquisa aplicada de marketing na internet, relacionado à questão das métricas e audiências dos sites, principalmente em ambientes de discussão (...) Assim como netnografia, webnografia também é utilizada tanto para pesquisas acadêmicas quanto mercadológicas.*
> *– Ciberantropologia: (...) Baseia-se nos conceitos da antropologia ciborgue de Donna Haraway para examinar a reconstrução tecnológica do homem e preparar o etnógrafo para lidar com uma categoria mais ampla de "ser humano" em suas reconfigurações. (FRAGOSO, RECUERO E AMARAL, 2011, p. 198-201)*

Uma das questões centrais que vai pautar boa parte das discussões e as implicações de um ou outro termo poderia ser resumida do seguinte modo: pode-se considerar o ciberespaço efetivamente um lugar? E, consequentemente: pode-se falar mesmo em etnografia quando se trata de ambientes digitais, nos quais há sempre a mediação tecnológica entre o pesquisador e o pesquisado?

As autoras apontam que "muitos antropólogos e cientistas sociais mais ortodoxos" entendem que uma etnografia "de fato" não poderia se dar no ciberespaço, uma

vez que para eles "o deslocamento, o estranhamento e o 'ir a campo' tão decisivos na formação do olhar interpretativo pareciam ter se esvaído frente a uma possível dissolução espaço-temporal advinda das tecnologias de comunicação e informação" (FRAGOSO, RECUERO E AMARAL, 2011, p. 171).

Conforme afirma Mitshuishi (2007):

> *White (2002), Basset e O'Riordan (2002) (...) questionam se a Internet deve ser investigada como um "lugar habitável" ou se simplesmente se trata de um meio de comunicação textual. Estes autores notam que, boa parte das pesquisas produzidas até hoje tem influências das primeiras abordagens que já retratavam a Internet como um lócus comunitário. (MITSUISHI, 2007, p. 9)*

Assim, uma série de autores vai defender que o método da etnografia possa ser de extrema valia para pesquisas focadas em ambientes virtuais, entendidos muitas das vezes como "comunidades virtuais"[4] . Como coloca Hine, a "etnografia pode (...) ser usada para desenvolver um sentido rico dos significados da tecnologia e das culturas que a possibilitam e são possibilitadas por ela" (HINE, 2000, p. 8). O que vai diferenciar em grande medida as pesquisas focadas em ambientes digitais que se utilizam da etnografia – para além de questões mais específicas como objetos de estudo, questões de investigação, perfis de informantes etc. que vão variar sobremaneira – são as terminologias propostas para dar conta dessa "adaptação" do método etnográfico para o mundo virtual e suas implicações. Conforme argumenta Hine:

> *Uma vez que pensemos o ciberespaço como um lugar onde as pessoas fazem coisas, nós podemos começar a estudar exatamente o que é que elas fazem e porque, nos seus termos, elas o fazem. No entanto, assim como com todas as metodologias, mover a etnografia para um ambiente online tem envolvido algumas reexaminações do que a metodologia implica. (HINE, 2000, p. 21)*

Como aponta Evans (2010), nas etnografias virtuais a própria noção de "campo" é alterada radicalmente em relação às etnografias tradicionais (off-line). O campo passa a ser "texto em uma tela" (EVANS, 2010) e, além disso, as pessoas envolvidas com uma determinada comunidade (virtual) podem estar espalhadas por diversos países e regiões geográficas, interagindo naquela comunidade através da mediação por computador. Assim, as reexaminações das quais fala Hine envolvem todas as principais etapas do trabalho etnográfico, desde a entrada do pesquisador no campo (e, é claro, o próprio campo de pesquisa que pode ser uma comunidade virtual, um game online, um fórum de discussão, um site de rede social, dentre tantas outras possibilidades), os modos de interação com os informantes, até as ferramentas de coleta de dados (e os próprios tipos dados em muitos casos). E, além disso, envolvem ainda novos valores dados a categorias como "tempo", "espaço" e "identidade":

> *Nesse sentido, se em pesquisas sociológicas e antropológicas em geral os recortes são dados principalmente a partir das categorias espaço, tempo, e identidade (comunitária ou individual), podemos afirmar que em etnografias virtuais, tais categorias terão outros valores: recortes de espaço terão equivalências com o meio/tecnologia/serviço a ser estudado, identidades estarão diretamente vinculadas ao meio. (MITSUISHI, 2007, p. 8)*

Não obstante, as características principais, as bases da etnografia devem ser mantidas quando se usa a internet como lugar de pesquisa. Tais bases seriam a imersão em um caso particular, a referência a uma localidade específica e a observação participante (MILLER E SLATER, 2001).

Mesmo entendendo o ciberespaço como um lugar, há autores que vão defender o uso de outras terminologias – que não simplesmente "etnografia" – como "etnografia virtual" e "netnografia", de modo a demarcar que as pesquisas realizadas em e sobre ambientes digitais têm determinadas especificidades que vão diferenciá-las das pesquisas etnográficas tradicionais. Se, por um lado, elas preservam as características centrais do método etnográfico, por outro elas não poderiam ser simplesmente transpostas do meio off-line para o online (AMARAL, NATAL E VIANA, 2008), conforme discutiremos abaixo.

Há autores, ainda, como Rocha e Montardo, que entendem, a partir da categoria de Marc Augé, que o ciberespaço é um "não-lugar" devido, principalmente, à

4Termo que não será problematizado aqui devido à restrição de espaço.

sua "natureza desterritorializada" (2005, p. 9). Assim, a partir dessa compreensão do ciberespaço, as autoras vão questionar como poderia efetivamente se dar a etnografia em tal ambiente, no qual a observação dos fenômenos e contato com os informantes se dá de forma mediada e à distância. O argumento das autoras é, portanto, o de que a "premissa básica" da etnografia – do contato e aproximação com o objeto de estudo – deve ser redirecionada nesse caso, propondo, então, o conceito de netnografia[5] para demarcar essa diferenciação e adaptação da etnografia aplicada a ciberespaços, qual seja: o afastamento físico e mediação entre pesquisador e pesquisado.

Kozinets, um dos autores no qual se apoiam Rocha e Montardo, define a "netnografia" ou "etnografia na Internet" como "uma nova metodologia de pesquisa qualitativa que adapta técnicas da pesquisa etnográfica para o estudo de culturas e comunidades emergindo através das comunicações mediadas por computador" (KOZINETS, 2002, p. 2). Já no contexto brasileiro "as discussões do artigo de Sá (2002) sobre netnografia iniciaram o debate sobre as possíveis aplicações dessa metodologia", posteriormente "ampliado por outros autores como Montardo e Rocha (2005), Montardo e Passerino (2006), Amaral, Natal e Viana (2008), Silveira (2006) e Gutierrez (2009)". (FRAGOSO, RECUERO E AMARAL, 2011, p. 174)

O ponto central defendido por Kozinets – e corroborado por Rocha e Montardo, (2005) e Braga (2006) – é o de que "as experiências sociais online são significativamente diferentes das experiências sociais face-a-face", o que engendra, portanto, uma experiência de estudá-las via etnografia "significativamente diferente" (KOZINETS, 2010, p. 5). Gutierrez pontua que

> *Diferentemente da etnografia tradicional, a netnografia não exige a presença física do pesquisador. Assim, a abordagem inicial, a chegada ao campo de pesquisa, assume um formato diferente. (...) Além disso, nos espaços on-line, a mediação da tecnologia interpõe na interação entre pesquisador e pesquisados filtros relacionados às possibilidades e peculiaridades de cada tecnologia. (GUTIERREZ, 2009, p. 11)*

Segundo Kozinets, a netnografia se diferencia primordialmente em relação a três aspectos da abordagem etnográfica: 1) o entrée do pesquisador na comunidade ou cultura online; 2) a obtenção e análise dos dados, afetando as ideias de inscrição no campo de pesquisa ("inscription") e anotações de campo ("fieldnotes") e 3) a questões éticas da pesquisa feita em ambientes online, nos quais os limites entre quais dados os informantes consentem em disponibilizar para o pesquisador são mais dificilmente demarcados.

Uma questão que se coloca sobre a utlização do termo "netnografia" é que, conforme apontam Fragoso, Recuero e Amaral (2011), Kozinets, bem como outros autores, aplicaram-no em estudos no campo do marketing, relacionados principalmente a pesquisas sobre comportamento do consumidor na internet, vinculando o termo, assim, a pesquisas de cunho fortemente mercadológico. Rebs destaca ainda que "a netnografia foi bastante criticada por supostas "falhas" ou ausência de rigor científico na forma e exposição dos dados coletados" (REBS, 2011, p. 83), mas que o mesmo teria ocorrido com a etnografia quando surgiu como método de pesquisa.

Assim, pesquisadores da área da comunicação passaram a utilizar mais o termo "etnografia virtual", ao passo em que estudiosos da área do marketing digital, especialmente os norte-americanos e ingleses, apropriam-se com mais frequência do termo "netnografia" (ROCHA, 2006; AMARAL, NATAL E VIANA, 2008; FRAGOSO, RECUERO E AMARAL, 2011).

Apesar disso, como apontamos, alguns estudiosos da área da comunicação optam por utilizar o termo "netnografia" (SÁ, 2005; ROCHA E MONTARDO, 2005; ROCHA, 2006; REBS, 2011). No entanto, alguns aspectos diferenciam seus usos. Rocha, por exemplo, diferentemente do que propõe Sá (2002, 2005), entende a netnografia como um complemento à abordagem etnográfica:

> *Acreditou-se que as informações sobre os métodos da etnografia, já estabelecidas, (...) poderiam contribuir para o complemento da pesquisa que se efetuaria pelo método da netnografia, a partir da observação (...), através do monitoramento online. (ROCHA, 2006, p. 29)*

5Conforme explica Braga, "o neologismo "netnografia" (nethnography = net + ethnography) foi originalmente cunhado por um grupo de pesquisadores/as norte americanos/as, Bishop, Star, Neumann, Ignacio, Sandusky & Schatz, em 1995, para descrever um desafio metodológico: preservar os detalhes ricos da observação em campo etnográfico usando o meio eletrônico para "seguir os atores"". (BRAGA, 2006, p. 4)

A netnografia é, assim, entendida pela autora "como uma das ferramentas metodológicas", ao lado da e dando suporte à etnografia, "capazes de proporcionar o acesso dos pesquisadores da área às caracterizações específicas da contemporaneidade, sobretudo a virtualidade, a desmaterialização e a digitalização de conteúdos, formas, relacionamentos, produtos, etc." (ROCHA, 2006, p. 26).

Sá, por sua vez, parece não entender a netnografia como um outro método, complementar à etnografia, mas sim como uma proposta de metodologia de fato etnográfica, apenas sinalizando com o prefixo "net" que se trata de um objeto de investigação que está inserido também em contextos digitais – como a lista de discussão relacionada ao samba carioca pesquisada pela autora – mantendo, assim, "os procedimentos básicos da tradição etnográfica": 1) "a postura inicial de estranhamento do pesquisador em relação ao objeto", 2) "a consideração da subjetividade como elemento fundante", 3) os "dados resultantes da observação" como construções do pesquisador sobre interpretações feitas por outras pessoas e, por fim, 4) o entendimento de que o relato etnográfico é "uma tradução da qual resulta um texto antes de tudo entretecido por textualidades múltiplas" (2005, p. 29).

Quanto ao caráter de mediação que se dá entre pesquisador e objeto de estudo nos ambientes digitais, que supostamente diferiria de um encontro "não mediado" em práticas etnográficas tradicionais, Sá destaca que em ambos os casos há mediação, seja ela através de uma rede de computadores, seja através de objetos como "câmeras, gravadores, máquinas fotográficas" ou ainda de pessoas como intérpretes, autoridades locais, dentre outros. Trata-se, portanto, por um lado, de entender que um suposto "encontro autêntico com o outro" (SÁ, 2005, p. 33) nunca será possível e, por outro lado, que os ambientes digitais, online, engendram práticas de sociabilidade, cooperação e também de conflitos e disputas entre os atores sociais tanto como os ambientes off-line. Diz a autora:

> *Ora, se o meu problema é o da comunicação mediada, o "campo" aqui, é justamente o espaço virtual desta comunidade, fazendo com que pelo meu computador eu "esteja lá". E se a "totalidade imersiva" do papel de etnógrafo não está presente (...) há entretanto um aprendizado, uma "experiência ritualizada" (...) transformando a abstração a-histórica inicial chamada lista de discussão num grupo concreto, de carne, osso e bits. (SÁ, 2005, p. 33)*

Trata-se, assim, segundo a autora, de utilizar e justificar a proposta da netnografia não como uma "atualização canônica dos preceitos etnográficos clássicos" para os ambientes digitais, mas mais como uma "reivindicação de uma atitude/atividade eminentemente interpretativista, sustentada pela prática da observação participante (...) e pelo jogo circular entre as posições de familiaridade e estranhamento vital à antropologia do cotidiano" (SÁ, 2005, p. 33).

Nesse sentido, percebemos que, por mais que um conjunto de autores defenda a utilização do termo "netnografia", há diferenças significativas entre os usos e entendimentos que cada um propõe para o termo.

Conforme apontamos acima, justamente por entenderem que não deva haver uma dicotomia entre os estudos sobre práticas e valores sociais construídos dentro e fora do ambiente da internet, Fragoso, Amaral e Recuero (2011) propõem que o termo "etnografia" seja utilizado em detrimento de outros que buscam essa suposta atualização do método etnográfico para as ciberculturas:

> *No intuito de extrapolar a noção de internet enquanto forma autônoma ou deslocada de práticas sociais cotidianas e triviais encontrada em muitos discursos teóricos (Sterne, 1999, p. 259), posicionamo-nos favoráveis pela retomada do termo etnografia. (FRAGOSO, AMARAL E RECUERO, 2011, p. 202)*

Ou seja, as autoras vão defender que se utilize simplesmente o termo "etnografia" para descrever metodologias de pesquisas que consistam na "arte e ciência de descrever um grupo humano – suas instituições, seus comportamentos interpessoais, suas produções materiais e suas crenças" (ANGROSINO apud FRAGOSO, RECUERO E AMARAL, 2011, p. 168), mesmo que esses grupos, seus comportamentos, produções, crenças etc. estejam inseridos em e sejam analisados dentro de ciberespaços – como blogs, sites de redes sociais e fóruns – uma vez que esses são entendidos enquanto lugares, nos quais há produção de

sentido, há significado.

Não obstante, por entenderem que há especificidades nos modos de coleta de dados e observação nos ambiente digitais, ressaltam que essas diferenças devam ser "descritas e problematizadas em suas distintas fases, com indicações de variáveis de níveis entre online e off-line" (FRAGOSO, AMARAL E RECUERO, 2011, p. 178). Independentemente da terminologia utilizada, acreditamos que se deva enfatizar a "importância do trabalho etnográfico na compreensão da produtividade social do "ciberespaço"", permitindo-nos assim "perceber que a existência social dos espaços criados na 'comunicação mediada por computador' está diretamente relacionada aos padrões culturais construídos pelos sujeitos em interação", sendo necessária "uma abordagem sempre contextual (...) considerando-se que os aspectos relativos à interação num dado contexto social só adquirem significado se analisados no seu próprio registro". (MÁXIMO, 2007, p. 26)

Assim, o que vai definir para Evans (2010) se um trabalho de cunho etnográfico é "crível" e de qualidade é o "detalhamento do processo etnográfico e o retorno à comunidade que foi estudada para comentários e análise", o que seria, em verdade, uma "característica hermenêutica do processo" (EVANS, 2010, p. 12).

Cabe destacar ainda uma característica dos ambientes mediados por computador que é ressaltada frequentemente na bibliografia: seu constante processo de transformação e reconfiguração. Devido à rapidez e facilidade de se atualizarem dados nos ambientes digitais e à própria dinâmica da web 2.0, lugares diversos como sites de redes sociais, fóruns, blogs, games etc. estão sempre sendo modificados (pelos usuários e pelos criadores das plataformas), o que não raras vezes pode dificultar o trabalho do pesquisador, que deve guardar sempre que possível os rastros digitais das interações entres os atores e os sistemas. Assim, como nos lembra Rebs,

> *o pesquisador em comunicação deve ter a consciência da efemeridade e da subjetividade de tratar e observar fenômenos sociais (especialmente relacionados com as TICs, onde a velocidade de transformações e mudanças são cada vez maiores). (REBS, 2011, p. 88)*

É importante ressaltar também que frequentemente a pesquisa etnográfica na internet é feita em conjunto com outros métodos de pesquisa, configurando o que Kozinets chama de "multimétodos". Para Braga (2007), o método etnográfico vai demandar não poucas vezes a complementação de outros aportes teórico-metodológicos, entendendo que a combinação de múltiplas técnicas e materiais de pesquisa pode ser uma estratégia para enriquecer, aprofundar e complexificar uma investigação científica (MITSUISHI, 2007). Resgata-se, assim, o caráter flexível da etnografia e passível de combinação com outros métodos (FRAGOSO, RECUERO E AMARAL, 2011) "a fim de obter dados significativos e complementares entre si para futuras considerações relevantes a partir da utilização de uma pesquisa netnográfica. (REBS, 2011, p. 93)".

4. Conclusões

Pretendemos neste trabalho recuperar uma discussão metodológica referente à aplicação de abordagens de pesquisa de cunho etnográfico ao "ciberespaço". Em um primeiro momento foram resgatadas questões relativas à própria etnografia, tomada principalmente como método de pesquisa qualitativa. Através de uma revisão bibliográfica buscou-se entender de que modos as primeiras pesquisas etnográficas realizadas através da / na internet acabaram criando e reivindicando denominações particulares para tal "aplicação" do método em ambientes virtuais (como etnografia virtual ou netnografia), o que gera uma inclinação para o entendimento de que há diferenças significativas entre os ambientes virtuais e os "reais", reforçando implicitamente uma ideia de que as interações off-line entre pesquisadores e pesquisados não seriam mediadas, ao passo em que as que ocorrem no "ciberespaço" o seriam.

Assim, argumentamos que, ainda que haja, sem dúvidas, singularidades quanto à mediação, linguagem e formas de interação entre pesquisadores e pesquisados na internet e "fora" dela, tal relação – mediada mesmo off-line – se dá em ambientes virtuais que não podem mais ser tratados como "não-lugares" e menos ainda de forma dicotômica, opondo-se o virtual ao "real".

Referências

AMARAL, Adriana. Autonetnografia e inserção online: o papel do pesquisador-insider nas práticas comunicacionais das subculturas da Web. Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos, v. 11, n. 1, pp. 14-24, jan/abr. 2009.

AMARAL, Adriana.; NATAL, Geórgia.; VIANA, Lucina. Netnografia como aporte metodológico na pesquisa em comunicação digital. Porto Alegre: Revista FAMECOS, n. 20, dez. 2008.

BRAGA, Adriana. Técnica etnográfica aplicada à comunicação online: uma discussão metodológica. UNIrevista, vol. 1, nº 3, julho 2006.

EVANS, Leighton. Authenticity Online: using webnography to address phenomenological concerns. In: MOUSOUTZANIS, A.; RIHA, D. (orgs.). New Media and the Politics of Online Communities. Oxford: Inter-Disciplinary Press, 2010.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. Métodos de pesquisa para internet. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GEERTZ, Clifford. A interpretação das culturas. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.

GUMBRECHT, Hans. O campo não hermenêutico ou a materialidade da comunicação. Rio de Janeiro: UERJ, Cadernos do Mestrado, n. 5, 1993.

GUTIERREZ, Suszana. A etnografia virtual na pesquisa de abordagem dialética em redes sociais on-line. Rio de Janeiro: 32ª Reunião Anual da Anped, 2009.

HINE, Christine. Virtual Ethnography. London: SAGE Publications, 2000.

KOZINETS, Robert. Netnography: Doing Ethnographic Research Online. London: Sage, 2010.

KOZINETS, Robert. The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities, 2002.

MÁXIMO, Maria. Blogs: o eu encena, o eu em rede. Cotidiano, performance e reciprocidade nas redes sócio-técnicas. Tese do Programa de Pós-graduação em Antropologia Social. Florianópolis: UFSC, 2006.

MILLER, Daniel; SLATER, Don. The Internet: An Ethnographic Approach. Paris: Berg, 2001.

MITSUISHI, Yara. Entre graphos e ethos: uma abordagem crítica a etnografia virtual. In: RIBEIRO, J.; BAIRON, S. (Orgs.). Antropologia Visual e Hipermídia. Lisboa: Edições Afrontamento, 2007.

MORTON, Helen. Computer-Mediated Communication in Australian Anthropology and Sociology. Social Analysis Journal of Cultural and Social Practices, v. 45, n. 1, pp. 3-11, 2001.

REBS, Rebeca. Reflexão Epistemológica da Pesquisa Netnográfica. Comunicologia, n. 8, 1o sem. 2011.

REDA, Mary. Autoethnography as research methodology? Academic Exchange Quaterly, mar. 22, 2007.

RHEINGOLD, Howard. The Virtual Community: homesteading on the electronic frontier. Reading, Massachussets: Addison-Wesley, 1993.

ROCHA, Paula. Jornalismo em tempos de cibercultura: um estudo do ClicRBS. Tese de doutorado, Doutorado em Comunicação Social, PUCRS, Porto Alegre, 2006.

ROCHA, Paula; MONTARDO, Sandra. Netnografia: incursões metodológicas na cibercultura. E-Compós, dez. 2005.

SÁ, Simone. O samba em rede – Comunidades virtuais, dinâmicas identitárias e carnaval carioca. Rio de Janeiro: E-papers, 2005.

TURKLE, Sherry. Life on the Screen: identity in the age of the Internet. New York: Simon and Schuster, 1995.

TURKLE, Sherry. The Second Self. New York: Simon & Schuster, 1984.

Outras publicações da autora:

SÁ, Simone.; POLIVANOV, Beatriz. Presentificação, vínculo e delegação nos sites de redes sociais. Comunicação, Mídia e Consumo (São Paulo. Impresso), v. 9, p. 13-36, 2012.

SÁ, Simone.; POLIVANOV, Beatriz. Auto-reflexividade, coerência expressiva e performance como categorias para análise dos sites de redes sociais. Contemporânea (UFBA. Online), v. 10, p. 574-596, 2012.

PEREIRA, Vinícius; POLIVANOV, Beatriz. Entretenimento como linguagem e materialidades dos meios nas relações de jovens e tecnologias contemporâneas. In: Lívia Barbosa. (Org.). Juventudes e gerações no Brasil contemporâneo.

Porto Alegre: Sulina, 2012, v. 1, p. 78-96.
PEREIRA, Vinícius; POLIVANOV, Beatriz; HECKSHER, Andrea; ALBERONE, Maurilio; CARVALHO, Rafael; LOUREIRO, Bruno. Propaganda direcionada na TV digital aberta brasileira: mapeamento de usos e demandas. Lumina (UFJF. Online), v. 5, p. 1-15, 2011.
POLIVANOV, Beatriz. Aparência, visibilidade e contatos: a autoprodução em sites de redes sociais e a cena da música eletrônica. Logos (UERJ. Impresso), v. 34, p. 32-43, 2011.